

## **BAB III**

### **OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Objek dan Ruang Lingkup Penelitian**

Penelitian ini meneliti pengaruh kualitas pelayanan (*quality service*), harga (*price*) dan promosi (*promotion*) terhadap kepuasan pelanggan kartu perdana pra bayar Indosat IM3. Penelitian akan dilakukan kepada Mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta sudah menggunakan kartu perdana pra bayar Indosat IM3, pernah mengunjungi galeri Indosat IM3 dan pernah merasakan promosi Indosat IM3.

##### **3.1.1 Sejarah Singkat dan Keberadaan Kartu Perdana Indosat IM3 di Indonesia**

Sejarah panjang PT. Indonesia Satellite Corporation Tbk (Indosat) menjadi perusahaan telekomunikasi terbesar setelah Telkom. Indosat didirikan pada tahun 1967 sebagai perusahaan modal asing mulai beroperasi pada tahun 1969, kemudian pada tahun 1980 Indosat menjadi Badan Usaha Milik Negara. Pemerintah Indonesia kemudian mendirikan PT. Satellite Palapa Indonesia (Satellindo) pada tahun 1993 yang kemudian pengawasan dibawah PT. Indosat.

Pada tahun 1994 Satellindo mulai beroperasi sebagai operator GSM. Pendirian Satellindo sebagai operator GSM pertama di Indonesia yang mengeluarkan kartu prabayar Mentari dan Pasca

bayar Matrix. Indosat merupakan perusahaan telekomunikasi dan multimedia terbesar kedua di Indonesia untuk jasa seluler (Satellindo, IM3 dan StarOne).

### 3.2 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif *eksplanatory*. Menurut Sekaran (2003: 121): “A *descriptive study is undertaken in order to ascertain and be able to describe the characteristics of the variables of interest in a situation.*” Kalimat tersebut dapat diartikan sebagai: Sebuah penelitian deskriptif dilakukan dalam rangka untuk memastikan dan dapat menggambarkan karakteristik dari variabel-variabel kepentingan dalam suatu situasi. Metode deskriptif bertujuan untuk memperoleh deskripsi dari variabel independen kualitas pelayanan (*quality service*), harga (*price*) dan promosi (*promotion*) serta variabel dependen kepuasan pelanggan (*satisfaction consumer*).

Sedangkan menurut Zulganef (2008:11): “Penelitian *explanatory* bertujuan untuk menelaah kausalitas antara variabel yang menjelaskan fenomena tertentu.” Metode *explanatory* dalam penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan atau membuktikan pengaruh variabel *quality service*, *price* dan *promotion* terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini juga menguji hipotesis yang disusun peneliti melalui kajian teori dan penelitian yang relevan. Menurut Sugiyono (2010: 64),

“Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam

bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh dari pengumpulan data”.

Desain penelitian yang digunakan adalah *single cross sectional*.

Menurut Sekaran (2003: 135): “*A study can be done in which data are gathered just once, perhaps over a period of days or weeks or months, in order to answer a research question.*”

Kalimat tersebut dapat diartikan sebagai: suatu penelitian dapat dilakukan dimana data dikumpulkan hanya satu kali, mungkin dalam satu periode waktu selama beberapa hari atau minggu atau bulan, dalam menjawab pertanyaan penelitian atau riset. Penelitian ini mengkuantitatifkan data untuk meneliti secara umum pengaruh *quality service, price, dan promotion* terhadap kepuasan pelanggan.

### 3.3 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Penelitian ini menggunakan tiga variabel bebas dan satu variabel terikat, yaitu:

1. Variabel bebas (*Independent Variable*) yaitu variabel menjadi sebab terjadinya atau terpengaruhnya variabel terikat, dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ), dan promosi ( $X_3$ ).
2. Variabel terikat (*Dependent variable*) yaitu variabel yang menjadi akibat atau nilainya dipengaruhi variabel bebas, dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan ( $Y$ ).

Adapun operasionalisasi variabel beserta konsep dan dimensinya dapat dilihat pada tabel 3.1, tabel 3.2, tabel 3.3, dan tabel 3.4 sebagai berikut:

**Tabel 3.1**  
**Operasionalisasi Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ )**

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Item
Merupakan dasar bagi pemasaran jasa, karena inti produk yang dipasarkan adalah suatu kinerja (yang berkualitas), dan kinerja lah yang di beli oleh pelanggan (Zulian Yamit, 2010 : 11)	<i>Tangibles</i> (Bukti Fisik)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kebersihan tempat</li> <li>- Keberadaan satpam atau <i>security</i></li> <li>- Kerapihan penampilan karyawan</li> <li>- Kelengkapan peralatan</li> <li>- Fasilitas</li> </ul>	1, 2, 3, 4, 5
	<i>Reability</i> (kehandalan)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Keragaman produk yang tersedia</li> <li>- Kualitas <i>Signal</i></li> <li>- Keakuratan struk belanja di galeri Indosat IM3</li> <li>- Kecepatan kasir dalam interaksi di galeri Indosat IM3</li> </ul>	7, 8, 9,10
	Assurance (jaminan)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pengetahuan karyawan tentang produk</li> <li>- Keterampilan karyawan</li> <li>- Keramahan karyawan</li> <li>- Kesopanan karyawan</li> <li>- Jaminan garansi</li> </ul>	11, 12, 13, 14, 15
	Emphaty (kemudahan)	- Karyawan indosat memberikan pelayanan yang sangat mudah untuk pelanggannya	16
	Responsiveness (daya tangkap)	- Karyawan menangani dengan sigap keluhan dari pelanggan	17

Sumber: Data diolah peneliti

**Tabel 3.2**  
**Operasionalisasi Variabel Harga (X<sub>2</sub>)**

<b>Konsep Variabel</b>	<b>Dimensi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Item</b>
harga adalah strategi perusahaan secara keseluruhan dalam menghadapi situasi dan kondisi yang berubah dan diarahkan untuk mencapai tujuan dan sasaran yang telah ditetapkan (Assuari, 2004 : 231)	Tingkat Harga	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Harga sesuai dengan daya beli konsumen</li> <li>- Harga sesuai dengan didapat pelanggan</li> </ul>	17, 18
	Potongan Harga	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pemberian potongan harga produk Indosat IM3</li> <li>- Daya tarik harga pulsa telepon dan sms yang ditawarkan oleh Indosat IM3</li> </ul>	19, 20
	Cara Pembayaran	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pemilihan cara pembelian pulsa</li> <li>- Praktis dalam pembelian pulsa</li> </ul>	21, 22

Sumber: Data diolah peneliti

**Tabel 3.3**  
**Operasionalisasi Variabel Promosi (X<sub>3</sub>)**

<b>Konsep Variabel</b>	<b>Dimensi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Item</b>
Promosi adalah konsep bauran promosi kepada kombinasi dan jenis-jenis non-personal dan komunikasi personal dari organisasi yang menempatkan sebagainya selama periode tertentu (Paul&James, 2004:111)	Periklanan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Media Cetak</li> </ul>	23
	Penjualan Perseorangan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ketersediaan Informasi</li> <li>- Jasa pasca pembelian</li> </ul>	24, 25
	Promosi Penjualan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Penggunaan contoh barang</li> <li>- Hadiah atau undian</li> <li>- Peragaan</li> </ul>	26, 27, 28
	Penjualan Langsung	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Penggunaan brosur</li> </ul>	29

Sumber: Data diolah peneliti

**Tabel 3.4**  
**Operasionalisasi Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)**

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Item
Keseluruhan sikap yang ditunjukkan oleh konsumen atas barang atau jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya (Mowen dan Minor 2001:89)	Atribut yang berhubungan dengan produk ( <i>Attributes Related to Product</i> )	- Keunggulan produk - Kesesuaian harga dengan kuantitas produk yang diterima	31, 32
	Atribut yang berhubungan dengan jasa ( <i>Attributes related to service</i> )	- Kepuasan akan kinerja karyawan PT. Indosat - Sikap yang baik dari pelayanan yang diberikan karyawan PT. Indosat	33, 34
	Atribut yang berhubungan sistem pembelian ( <i>Attributes Related to Purchase</i> )	- Kemampuan perusahaan dalam menyediakan sistem pembayaran yang mudah - Kemampuan karyawan menginformasikan tata cara pembayaran dan pembelian secara penuh dengan jelas dan dipahami pelanggan	35, 36

Sumber: Data diolah peneliti

Skala pengukuran yang digunakan oleh keempat variabel tersebut adalah skala likert.

Skala likert dirancang untuk menguji seberapa kuat subjek setuju atau tidak setuju dengan pertanyaan yang menggunakan skala 5-titik.

### 3.4 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua sumber data, yaitu sumber data *primer* dan *sekunder*. Data *primer* diperoleh peneliti melalui wawancara dan hasil kuesioner tertutup yang diisi oleh responden, yang berisi pendapat dan fenomena dari obyek penelitian ini, yaitu seputar pengaruh variabel *quality service*, *price* dan *promotion* terhadap kepuasan pelanggan kartu perdana pra bayar Indosat IM3.

Data sekunder peneliti peroleh dari buku-buku teks, skripsi, tesis, internet, dan artikel-artikel majalah. Data sekunder inilah yang penulis

gunakan dalam penyusunan latar belakang, kajian pustaka, *review* penelitian terdahulu, profil perusahaan, serta data-data lain yang diperlukan dalam penyusunan penelitian ini.

### 3.5 Teknik Penentuan Populasi dan Sampel

Menurut Uma Sekaran (2003: 265): “*Population refers to the entire group of people, events, or things of interest that the researcher wishes to investigate.*” Kalimat tersebut dapat diartikan sebagai: populasi merujuk pada keseluruhan kelompok orang, peristiwa, atau hal-hal menarik yang peneliti ingin selidiki. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang menggunakan kartu perdana pra bayar Indosat IM3, pernah kegaleri Indosat IM3 dan pernah merasakan promosi Indosat IM3.

Uma Sekaran (2003: 266) berpendapat: “*A sample is a subset of the population. It comprises some members selected from it. In other words, some, but not all, elements of the population would form the sample.*” Kalimat tersebut dapat diartikan sebagai: sampel adalah himpunan bagian dari populasi. Sampel terdiri dari beberapa anggota yang dipilih dari populasi. Dengan kata lain, beberapa, tapi tidak semua, unsur-unsur dari populasi akan membentuk sampel.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling*. Menurut Sugiyono (2010: 218): “Teknik *non-probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak

memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.” Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling*. Menurut Uma Sekaran (2003: 277-278) berpendapat bahwa: *purposive sampling is confined to spesific types of people who can provide the desired information, either because they are the only ones who have it, or conform to some criteria set by researcher*. Kalimat diatas sebagai berikut : *purposive sampling* adalah sampel diambil dengan maksud atau tujuan tertentu. Seseorang atau sesuatu diambil sebagai sampel karena peneliti menganggap bahwa seseorang atau sesuatu tersebut memiliki informasi yang diperlukan bagi penelitiannya.

Tabel 3.5

## Rekap Mahasiswa yang Terdaftar Semester 096-FE UNJ

No	Program Studi	2007	2008	2009	2010	Total
1.	Ekonomi dan Administrasi	358	460	319	357	1494
2.	Manajemen	97	130	103	123	453
3.	Akuntansi	90	153	116	184	593
Jumlah Seluruh Mahasiswa =						2530

Sumber : Data diolah peneliti (Data BAAK, 11 Oktober 2011)



Tabel 3.6

**Jumlah Mahasiswa yang Menggunakan Kartu Perdana Pra Bayar Indosat IM3,  
yang Pernah Mengunjungi Galeri Indosat dan Pernah Merasakan Promosi Indosat  
IM3**

No	Program Studi	2007	2008	2009	2010	Total
1.	Ekonomi dan Administrasi	55	41	48	53	197
2.	Manajemen	43	38	58	28	167
3.	Akuntansi	68	22	38	28	156
<b>Jumlah</b>						<b>520</b>

Sumber : Data diolah peneliti

. Pada tabel 4.5 terlihat bahwa jumlah populasi keseluruhan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta sudah diketahui atau *finite* sebesar 2530 orang. Dan, pada tabel 4.6 adalah hasil *survey* yang peneliti lakukan terhadap penelitiannya didapat populasi terjangkau sebesar 520 mahasiswa yang menggunakan Kartu Perdana Pra Bayar Indosat IM3, pernah ke galeri Indosat IM3 dan pernah merasakan promosi Indosat IM3, berdasarkan rumus slovin (Suharso, 2009:61):

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana: n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = persentase kelonggaran karena kesalahan pengambilan sampel

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{520}{1 + 520 (5\%)^2}$$

$n = 226,08$  responden (dibulatkan menjadi 226 responden)

Dari jumlah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi sebesar 2530 mahasiswa. Populasi terjangkau dari penelitian ini sebesar 520 responden yang menggunakan Kartu Perdana Pra Bayar Indosat IM3 saja belum termasuk yang pernah pergi ke galeri Indosat IM3 dan merasakan promosi Indosat IM3, setelah dilakukan perhitungan melalui rumus slovin sebesar 226 responden yang menggunakan Kartu Perdana Pra Bayar Indosat IM3, pernah ke galeri Indosat IM3 dan pernah merasakan promosi Indosat IM3.

Pengambilan sampel dengan metode tersebut dipilih dengan alasan akan memudahkan peneliti untuk terjun langsung ke lapangan dan memperoleh data yang dibutuhkan dari konsumen, dimana sampel yang diambil merupakan Mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta sudah memakai kartu perdana pra bayar Indosat IM3, pernah mengunjungi galeri Indosat IM3 dan pernah merasakan promosi Indosat IM3.

### 3.6 Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini berupa statistik parametrik dengan kualitas atau skala interval. Menurut Sekaran (2003: 187): *“An interval scale allows us to perform certain arithmetical operations on the data collected from the respondents.”* Kalimat tersebut dapat diartikan sebagai: skala interval memungkinkan kita untuk melakukan operasi aritmatika tertentu pada data yang dikumpulkan dari responden.

Apabila skala ordinal dapat digunakan hanya untuk memberi ranking atau peringkat pada keseluruhan indikator yang ada sesuai dengan tingkat kesukaanya, maka skala interval membantu kita untuk mengetahui seberapa besar tingkat kesukaan responden pada masing-masing indikator tersebut.

Skala nilai yang dipakai adalah sistem skala lima Likert. Menurut Sekaran (2003: 197):

*“The Likert scale is designed to examine how strong subjects agree or disagree with statements on a 5-point scale with the following anchors: strongly disagree (1), disagree (2), neither agree nor disagree (3), agree (4), and strongly agree (5).”*

Kalimat tersebut dapat diartikan sebagai: Skala Likert dirancang untuk menguji seberapa kuat subjek setuju atau tidak setuju dengan pernyataan yang menggunakan skala 5-titik dengan penilaian berikut: sangat tidak setuju (1), tidak setuju (2), tidak tahu (3), setuju (4), dan sangat setuju (5).

Setiap pertanyaan kuesioner variabel penelitian menggunakan pertanyaan tertutup. Kuesioner ini menggunakan sistem skala lima, yaitu:

1. STS: Sangat Tidak Setuju,                      diberi bobot “1”.
2. TS: Tidak Setuju,                                diberi bobot “2”.

3. TT: Tidak Tahu, diberi bobot “3”.
4. S: Setuju, diberi bobot “4”.
5. SS: Sangat Setuju, diberi bobot “5”.

Pengolahan data dilakukan secara komputerisasi dengan menggunakan *software* pengolah data statistik, Microsoft Excel 2007 dan SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*) versi 19.0. Kelebihan dari dua *software* ini adalah mampu mengolah data dalam jumlah besar, dan mampu memvisualisasikan hasil analisis data secara akurat dan menarik.

Metode pengolahan dan analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

### **3.6.1 Uji Validitas dan Reliabilitas**

Sebelum kuesioner disebarkan kepada responden, kuesioner tersebut terlebih dahulu harus diuji validitas dan reliabilitasnya, agar instrumen atau variabel yang digunakan terbukti keabsahan dan keandalannya.

Validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin diukur. Zulganef (2008:110) mendefinisikan validitas sebagai sejauh mana suatu pengukuran (uji) variabel benar-benar mengukur (menguji) variabel yang ingin diukur. Sedangkan menurut Simamora (2002: 58), validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen.

Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan teknik korelasi *product moment*. Teknik korelasi *product moment* menyatakan bahwa berdasarkan nilai *mean* dari *r*-hitung, variabel dapat dikatakan valid apabila *mean r*-hitung  $> 0,361$  (dengan jumlah responden minimal sebanyak 30 dan  $\alpha = 0,05$ ).

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Sedangkan menurut Uma Sekaran (2006 : 40), reliabilitas atau keandalan adalah suatu pengukuran yang menunjukkan sejauh man pengukuran tersebut tanpa bias (bebas kesalahan / *error free*) dan karena itu menjamin pengukuran yang konsisten lintas waktu dan lintas beragam item dalam instrumen.

Sementara untuk uji reliabilitas kuesioner, penelitian ini menggunakan teknik *Alpa Cronbach* yang menyatakan bahwa kuesioner dikatakan reliabel apabila memiliki nilai Alpha lebih dari 0,6 untuk semua jenis kasus.

### **3.6.2 Uji Asumsi Dasar (Normalitas dan Linearitas)**

#### **1. Uji Normalitas**

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Uji ini biasanya digunakan untuk mengukur data berskala ordinal, interval, ataupun rasio. Jika analisis menggunakan metode parametrik,

maka persyaratan normalitas harus terpenuhi, yaitu data berasal dari distribusi normal. Jika data tidak berdistribusi normal, maka metode yang digunakan adalah *statistic nonparametric*. Dalam penelitian ini, uji normalitas yang digunakan adalah uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov* dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 5% atau 0,05.

## 2. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linear. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *Test for Linearity* dengan taraf signifikansi 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikansi (*linearity*) kurang dari 0,05 atau 5%.

### 3.6.3 Uji Asumsi Klasik (Multikolinearitas dan Heterokedastisitas)

#### 1. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinearitas, yaitu adanya hubungan linear antar variabel independen dalam model regresi. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak

adanya masalah multikolinearitas. Dampak yang diakibatkan dengan adanya multikolinearitas antara lain yaitu:

- a. Nilai *standard error* untuk masing-masing koefisien menjadi tinggi, sehingga *t* hitung menjadi rendah.
- b. *Standard error of estimate* akan semakin tinggi dengan bertambahnya variabel independen.
- c. Pengaruh masing-masing variabel independen sulit dideteksi.

Pada penelitian ini, untuk menghindari penyimpangan asumsi klasik multikolinearitas akan melihat nilai *inflation factor* (VIF) pada model regresi. Menurut Santoso (dalam Priyatno, 2008: 39), pada umumnya jika VIF lebih besar dari 5, maka variabel tersebut mempunyai persoalan multikolinearitas dengan variabel bebas lainnya.

## 2. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heterokedastisitas, yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak adanya masalah heterokedastisitas, karena heterokedastisitas menyebabkan penaksir atau estimator menjadi tidak efisien dan nilai koefisien determinasi akan menjadi sangat tinggi. Terdapat beberapa metode pengujian

heterokedastisitas, dalam penelitian ini menggunakan uji Park, yaitu meregresikan nilai residual ( $Lnei^2$ ) dengan masing-masing variabel dependen. Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

- a. Jika  $-t \text{ tabel} \leq t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$ , maka tidak terdapat heterokedastisitas.
- b. Jika  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  atau  $-t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$ , maka terdapat heterokedastisitas.

### 3.6.4 Analisis Regresi Linear Berganda (Uji F dan Uji t)

#### 1. Uji F

Uji F digunakan untuk melihat pengaruh variabel independen dengan variabel dependen secara bersama-sama atau simultan. Nilai F dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$F_h = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

Keterangan:

$R^2$  = Koefisien determinasi

$k$  = Jumlah variabel independen

$n$  = Jumlah anggota sampel

Dengan kriteria pengujian:

- a.  $H_0$  ditolak jika  $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$  atau nilai signifikan lebih kecil dari 0,05



- b.  $H_0$  diterima jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  atau nilai signifikan lebih besar dari 0,05.

## 2. Uji t

Uji t dalam penelitian ini menggunakan regresi linear berganda. Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh *quality service* ( $X_1$ ) terhadap kepuasan pelanggan (Y), pengaruh *price* ( $X_2$ ) terhadap kepuasan pelanggan (Y) dan pengaruh *promotion* ( $X_3$ ) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

- a.  $H_0$  diterima jika  $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$  atau nilai signifikan  $> 0,05$ .
- b.  $H_0$  ditolak jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $-t_{hitung} < -t_{tabel}$  atau nilai signifikan  $< 0,05$ .

### 3.6.5 Persamaan Regresi

Persamaan regresi digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Adapun model matematis persamaan regresi dari penelitian yang akan dilakukan adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Keterangan:

Y = Kepuasan pelanggan

a = Konstanta

$b_1 b_2$  = Koefisien regresi

$X_1$  = *Quality Service*

$X_2$  = *Price*

$X_3$  = *Promotion*

### 3.6.6 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Analisis determinasi dalam regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen (Priyatno, 2008: 78). Nilai koefisien determinasi dapat dihitung dengan rumus:

$$R^2 = \frac{(ryx_1)^2 + (ryx_2)^2 - 2(ryx_1)(ryx_2)(rx_1x_2)}{1 - (rx_1x_2)}$$

Keterangan:

$R^2$  = Koefisien determinasi

$ryx_1$  = Korelasi sederhana antara  $X_1$  dengan Y

$ryx_2$  = Korelasi sederhana antara  $X_2$  dengan Y

$ryx_3$  = Korelasi sederhana antara  $X_3$  dengan Y

$rx_1x_2x_3$  = Korelasi sederhana antara  $X_1 X_2 X_3$